



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

HINTAMERKINNÄT PARTURI- KAMPAAMOSSA

Susanna Seppälä

Opinnäytetyö
Marraskuu 2016
Liiketalouden koulutusohjelma
Oikeudellinen asiantuntijuus



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Oikeudellinen asiantuntijuus

SEPPÄLÄ SUSANNA:

Hintamerkinnot parturi-kampaamossa

Opinnäytetyö 39 sivua
Marraskuu 2016

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää hintamerkintöihin liittyvän lainsäädännön sisältö ja sen soveltaminen parturi-kampaamon toimintaan. Tarkoituksena oli tulkita aiheeseen liittyvää lainsäädäntöä ja soveltaa sitä käytännön hinnoittelutyöhön liiketoiminnassa.

Hintamerkintöihin liittyviä haasteita olivat hintamerkintöjen lainmukaisuus sekä sukupuolten välisen tasa-arvon toteutuminen. Tässä työssä esitellään kolme erilaista hinnoittelumallia sekä hinnastojen oikeaoppinen sijoittaminen liiketilassa. Hinnoittelumalleissa huomioitiin tasa-arvon toteutuminen. Lisäksi työssä käytiin läpi myyntituotteiden hinnoittelu.

Palvelut voidaan hinnoitella aikaperusteisesti, työsuorituksen mukaan tai tekniikan mukaan. Aikaperusteisessa mallissa työn hinta määräytyy työssä käytetyn ajan mukaan. Työsuorituksen mukaan hinnoiteltaessa hinta määräytyy suoritettujen palvelujen mukaan. Tekniikkaperusteisessa hinnoittelussa määräävä tekijä on se, onko työ parturi- vai kampaamotyö. Asiakkaan sukupuoli ei saa vaikuttaa palvelun hintaan.

Myyntituotteiden hinnoittelussa tärkeää on erottaa myyntihinta ja yksikköhinta toisistaan. Useimpien tuotteiden hintamerkinnoissa pitää olla molemmat hinnat näkyvillä, joskin lainsäädännössä on tähän sääntöön muutamia poikkeuksia.

Sekä palveluhinnat että myyntituotteiden hinnat pitää olla selkeällä tavalla esitetty ja helpposti asiakkaan havaittavissa. Palveluhinnaston pitää olla luettavissa myös liiketilan ulkopuolelta käsin. Käytännössä liiketilassa pitää olla useita hinnastoja, jotta lain vaatimukset täyttyvät.

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Option of Legal Expertise

SEPPÄLÄ SUSANNA:
Pricing Models in a Hair Salon

Bachelor's thesis 39 pages
November 2016

The aim of this study was to examine the legislation on price labeling and its application in the activities of a hairdressing salon. The intention was to interpret the relevant legislation and apply it in practical work in business pricing.

The challenges related to the price tags were the legality of price marking, as well as the realization of equality between the sexes in the pricing. This work introduced three different pricing models, as well as the placement of the price lists in the business premises. The pricing models took into account the realization of equality.

In addition, the thesis handled the pricing of products. Services can be priced on a time basis, or on a work basis. A time-based model determines the price by the time spent at the work. In the work-based model, the price is determined according to the service provided. When the pricing is based on the technique of the work, the dominant factor is whether it is a barber's or a hairdresser's work. The gender of the customer should not affect the price of the service.

When pricing the products for sale, it is important to distinguish between the selling price and the unit price. Both prices must be displayed on the labels of most products although the legislation has a few exceptions of this rule.

The selling price of products and services must be shown in a clear and easily observable way to the customer. The price list must also be available outside the salon. In practice, there must be several price lists in the premises to meet the legal requirements.

Keywords: pricing models, equality, hair salon, price list

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
2	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY	8
3	YRITYSTOIMINNAN SÄÄNTELY	9
3.1	Lainsäädäntö ohjaa liiketoimintaa	9
3.2	Yhtiömuodot	10
3.2.1	Yksityinen elinkeinonharjoittaja	10
3.2.2	Henkilöyhtiöt	11
3.2.3	Osakeyhtiö	12
3.2.4	Osuuskunta	12
3.3	Yritysmuodot hiusalalla	13
3.3.1	Sopimusyrittäjyys.....	13
3.3.2	Yritysmuotojen jakautuminen.....	14
3.4	Parturi-kampaamo elinkeinona	16
3.4.1	Palvelut.....	16
3.4.2	Tuotteet	17
3.5	Sääntely suojaa kuluttajaa.....	17
3.5.1	Kuluttajansuoja parturi-kampaamossa	18
4	HINTAMERKINTÄASETUS	19
4.1	Säädöksen tausta	19
4.2	Viimeisimmät muutokset	19
4.3	Keskeinen sisältö	20
5	HINNOITTELU PARTURI-KAMPAAMOSSA.....	22
5.1	Historialliset näkökohdat	22
5.1.1	Parturit.....	23
5.1.2	Kampaajat	24
5.2	Tasa-arvo	24
5.3	Palveluiden hinnoittelu	25
5.3.1	Aikaperusteinen hinnoittelu	25
5.3.2	Hinnoittelu työsuorituksen mukaan	27
5.3.3	Hinnoittelu tekniikan mukaan.....	27
5.3.4	Hintojen esittäminen	28
5.4	Tavaroiden hinnoittelu	30
5.5	Hintojen oikeinkirjoitus	32
5.6	Valvonta ja seuraamukset	33
5.6.1	Hintamerkintäasetuksen valvonta ja sanktiot.....	33
5.6.2	Tasa-arvon toteutumisen valvonta ja sanktiot.....	34

6 POHDINTA.....	35
LÄHTEET	37

LYHENTEET JA TERMIT

HE	hallituksen esitys
HintamerkintäA	valtioneuvoston asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa (553/2013)
KirjPa	kirjanpitolaki (1336/1997)
KSL	kuluttajansuojalaki (38/1978)
OYL	osakeyhtiölaki (624/2006)
PeL	perustuslaki (731/1999)
YSE	hiusalan sopimusyrittäjien yleiset sopimusehdot
Tasa-arvoL	laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta (609/1986)

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää hintamerkintöihin liittyvän lainsäädännön sisältö ja sen soveltaminen parturi-kampaamon toimintaan. Tutkimusmetodina on lainopillinen tutkimus ja osin empiirinen tutkimus. Työssä tarkastellaan palveluiden sekä jälleenmyyntituotteiden hintamerkintöjen sääntelyä ja niiden soveltamista hiusalan liiketoiminnassa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on ratkaista hinnoitteluun ja hintamerkintöihin liittyviä ongelmia. Palveluiden hinnoittelussa haasteena on sukupuolten välisen tasa-arvon toteuttaminen, hinnastoon kohdistuvat sisältömääräykset sekä hinnaston sijaintiin liittyvät säännökset. Lisäksi myytävien tuotteiden hintamerkintöihin liittyy omaa lainsäädäntöä.

Hintamerkintöihin liittyvä tuorein lainsäädäntö on vielä melko uusi; hintamerkintäasetus uudistui vuonna 2013. Monet parturi-kampaamot eivät vielä ole tietoisia uudesta asetuksesta ja liikkeissä näkee puutteellisesti laadittuja hinnastoja. Hintamerkintöihin liittyy olennaisena osana myös tasa-arvovaatimukset. Euroopan Unionin tasa-arvodirektiivi tavaroiden ja palvelujen alalla (2004/113/EY) on ollut voimassa jo vuodesta 2004, mutta asiaan on kunnolla kiinnitetty huomiota vasta tällä vuosikymmenellä, kun tasa-arvovaltuutettu ja kuluttaja-asiamies ovat asiasta antaneet kannanoton.

Tämä opinnäytetyö antaa parturi-kampaamoille selkeät ohjeet siitä, kuinka voimassa olevaa lainsäädäntöä sovelletaan hintamerkintöihin. Työssä esitellään vaihtoehtoisia tapoja hinnoitella palveluita ja annetaan kuvalliset ohjeet hinnastojen sijoittelusta.

2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Tämän työn tilaajana toimii Pirkanmaan Hiusyrittäjät ry. Se on Pirkanmaan alueen hiusyrittäjien yhdistys, joka toimii Suomen Hiusyrittäjät ry:n alaisuudessa. Suomen Hiusyrittäjät perustettiin vuonna 1917, jolloin se oli nimeltään Suomen Kähertäjäliitto. Yhdistys perustettiin hiusalan yrittäjien toimintaedellytysten turvaamiseksi. Tänä päivänä yhdistys pyrkii vaikuttamaan suoraan poliittisiin päätöksentekijöihin ja antaa lausuntoja eri valtiotahojen työryhmille. Lisäksi Suomen Hiusyrittäjät edustaa työnantajia työehtosopimusneuvotteluissa. Yhdistys tekee yhteistyötä kilpailu-, kuluttaja- ja työsuojeluviranomaisten kanssa. (Suomen Hiusyrittäjät ry 2016.)

Pirkanmaan paikallisyhdistys perustettiin samana vuonna kuin kattojärjestökin. Paikallisyhdistyksen tehtävänä on muun muassa koulutusten järjestäminen, työsuhdeongelmien ratkominen, yrittäjien yhteishengen luominen, sosiaalinen toiminta kuluttajiin päin sekä virkistys- ja kulttuuritoiminnan järjestäminen jäsenille. Pirkanmaan Hiusyrittäjillä on monia yhteistyökumppaneita, jotka tarjoavat erilaisia etuja yhdistyksen jäsenille. (Pirkanmaan Hiusyrittäjät ry 2016.)

Suomen Hiusyrittäjät ry on jo vuodesta 1995 tiedottanut jäseniään tasa-arvolain säännöksistä, jotka liittyvät palveluiden hinnoitteluun. Yhdistys on toimittanut jäsenilleen hinnastopohjia, joissa opastetaan hinnoittelemaan palvelut aikaperusteisesti tai työn vaativuuden mukaan. (Hämeen Sanomat 2007.) Viime aikoina yhdistys on ottanut kantaa myös tavanomaista halvempiin parturihintoihin. Heidän näkemyksen mukaan halvat hinnat vääristävät alan kilpailua ja ajavat perinteisiä hiusalan yrityksiä ahdinkoon. (Yle uutiset 2016.)

3 YRITYSTOIMINNAN SÄÄNTELY

3.1 Lainsäädäntö ohjaa liiketoimintaa

Yritysjuridiikka on kauppatieteellinen tieteenala, joka tutkii liiketoimintaa oikeudellisesta näkökulmasta. Siihen kuuluu paljon eri osa-alueita, kuten esimerkiksi elinkeinotoiminnan harjoittaminen, yhtiömuodot, sopimusoikeus, kuluttajansuoja ja velkasuhteet. Yritysjuridiikan perustana on lainsäädäntö, jolla säädelään laajasti liiketoiminnan eri osa-alueita. Liiketoimintaa säänteleviä lakeja ja asetuksia on lukuisia.

Yritysjuridiikka koostuu suurelta osin yksityisoikeudellisesta sääntelystä. Yksityisoikeus rakentuu lainsäädännöstä, joka koskee muun muassa kansalaisten ja yritysten keskinäisiä suhteita. Yksityisoikeudessa oikeussuhteen osapuolet ovat keskenään tasaveroisessa asemassa, kun taas julkioikeudessa oikeussuhdetta määrittää julkisen vallan käyttö.

Yksityisoikeudellinen sääntely on usein tahdonvaltaista eli dispositiivista, eli säännöksiä sovelletaan vain siinä tapauksessa, että osapuolet eivät ole muuta sopineet. Julkisoikeudellinen sääntely on pääsääntöisesti pakottavaa eli indispositiivista, jolloin osapuolet joutuvat toimimaan laissa säädellyllä tavalla. Yritysjuridiikan alalla pakottavaa lainsäädäntöä ovat esimerkiksi osakeyhtiölaki ja kuluttajansuojalaki, kun taas kauppalaki on tahdonvaltainen säännös.

Taloudellinen toiminta on juridiikassa jaettu erilaisiin organisaatiotyyppeihin, joita kutsutaan oikeushenkilöiksi. Kyseessä ovat siis erilaiset yhtiömuodot. Poikkeuksen tästä tekee yksityinen elinkeinonharjoittaja, joka ei ole oikeushenkilö vaan luonnollinen henkilö, joka harjoittaa elinkeinoa. Oikeushenkilö on henkilöiden tai pääomien yhteenliittymä, joilla on lakisääteisiä oikeuksia ja velvollisuuksia. Luonnollisten henkilöiden tai oikeushenkilöiden yhteenliittymää kutsutaan yhteisöksi. (Koski & Sillanpää 2016, luku 3.)

3.2 Yhtiömuodot

Yritystoimintaa harjoitetaan erilaisten yritysmuotojen pohjalta. Yritysmuoto on oikeudellinen muoto, jolla yritystoimintaa harjoitetaan. Yrityksen toimintaan liittyy erilaisia oikeuksia ja velvollisuuksia, jotka suurelta osin riippuvat valitusta yritysmuodosta. Yritysmuoto valitaan yleensä perustettavan yrityksen koon, henkilöstömäärän, osakkaiden määrän ja liiketoiminnan tarkoituksen perusteella.

Perustuslain (PeL, 731/1999) 18 §:n mukaan jokaisella on oikeus hankkia toimeentulonsa elinkeinolla. Yleisesti puhutaan niin sanotusta elinkeinovapaudesta, joka kuuluu jokaisen perusoikeuksiin. Yritystoiminta on kuitenkin Suomessa tarkoin laissa säädeltyä. Jokaisessa yritysmuodossa on muun muassa erilaiset perustamistoimet, joiden perusteella yritys katsotaan syntyneen. Yrityksen velvoitteiden vastuut ovat täysin riippuvaisia yritysmuodosta, kuten myös tulojen verotus. Seuraavissa luvuissa on lyhyesti esitelty yleisimmät yhtiömuodot Suomessa.

3.2.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja

Yksityisellä elinkeinonharjoittajalla tarkoitetaan luonnollista henkilöä, joka alkaa harjoittaa liiketoimintaa omissa nimissään. Tällöin henkilö ei perusta mitään yhtiötä, vaan henkilön yksityisvarallisuus ja elinkeinotoiminnan varallisuus muodostavat yhdessä yritystoiminnan varallisuuden. Yrittäjä on vastuussa yritystoiminnasta aiheutuvista velvoitteista kaikella varallisuudellaan, siis myös henkilökohtaisella varallisuudellaan. (Villa ym. 2004, luku 2, kpl 2.)

Yksityinen elinkeinonharjoitus on yritystoimintaa yksinkertaisimmillaan. Sen perustaminen on helppoa ja siihen ei vaadita pääomaa. Käytännössä varsinaisen liiketoiminnan aloittaminen saattaa kuitenkin vaatia pääomaa esimerkiksi toimitilojen ja alkuvaraston hankkimiseksi.

Lähtökohtaisesti kirjanpitovelvollisuus koskee kaikkia elinkeinonharjoittajia (Verohallinto, 2016). Vuoden 2016 alusta astui voimaan kirjanpitolain (KirjPa, 1336/1997) säännös 1a§, jonka mukaan elinkeinonharjoittaja ei ole velvollinen pitämään kahdenkertaista kirjanpitoa, mikäli tietyt liiketoiminnan suuruutta ja henkilöstömäärää koskevat kriteerit

täyttyvät. Aikaisemmin elinkeinonharjoittajan oli siis pidettävä kahdenkertaista kirjanpitoa, mutta nyt elinkeinonharjoittajan hallinnollisten velvoitteiden keventämisen jälkeen yhdenkertainen kirjanpito on riittävä. Tämä muutos tuli uuden EU-direktiivin (2013/34/EU) myötä, jossa otettiin käyttöön ”pienet ensin”-periaate. Tämän periaatteen mukaan näkökulma on vaihtunut suuryrityksistä pk-yritysten tukemiseen vähentämällä hallinnollisia rasitteita. (HE 89/2015, 6.)

3.2.2 Henkilöyhtiöt

Henkilöyhtiön voi perustaa kaksi tai useampi yhtiömies, ja se voi olla kommandiittiyhtiö tai avoin yhtiö. Yhtiömiehinä voivat olla myös oikeushenkilöt. Yhtiössä tulee olla yhteinen taloudellinen tarkoitus ja päämäärä. Yhtiö perustetaan solmimalla yhtiömiesten kesken yhtiösopimus, josta tulevat ilmi ainakin yhtiömuoto, osapuolet rooleineen ja taloudelliset panostukset yhtiöön, sekä merkitsemällä yhtiö kaupparekisteriin. Henkilöyhtiöllä pitää olla toiminimi, josta ilmenee, onko kyseessä kommandiittiyhtiö vai avoin yhtiö. Kommandiittiyhtiön yleisesti tunnettu lyhenne on Ky. Lyhenteellä Ay ei voida kuitenkaan osoittaa avoimen yhtiön yhtiömuotoa. (Villa ym. 2004, luku 2, kpl 3.)

Kommandiittiyhtiössä voi varsinaisten yhtiömiesten lisäksi olla myös äänetön yhtiömies. Hänen tehtävänsä on yleensä sijoittaa varallisuutta yhtiöön ja nostaa voittoja. Yhtiömiesten on sovittava keskenään voiton ja tappion jakamisesta, elleivät he halua noudattaa lakia avoimesta yhtiöstä ja kommandiittiyhtiöstä. Vastuunalaiset yhtiömiehet ovat vastuussa yhtiön velvoitteista niiden täyteen määrään asti eli he ovat vastuussa myös henkilökohdaisella varallisuudellaan. Velkoja voi vaatia velvoitteen täyttämistä täysimääräisesti keneltä tahansa vastuunalaiselta yhtiömieheltä. Äänettömän yhtiömiehen vastuu rajoittuu vain hänen yhtiöpanoksensa määrään. (Villa ym. 2004, luku 2, kpl 3.)

Henkilöyhtiö on käytännössä suurelta osin yhtiömiesten keskinäisen luottamuksen varaan perustuva yhtiömuoto. Yhtiötä perustettaessa kannattaa tarkoin harkita, keitä otetaan vastuunalaisiksi yhtiömiehiksi. Tulevien yhtiömiesten taustat ja varallisuus kannattaa selvittää mahdollisimman hyvin. Usein henkilöyhtiö perustetaankin esimerkiksi sukulaisten kesken. Yhtiösopimus kannattaa laatia mahdollisimman yksityiskohtaisesti, koska se ehkäisee epäselvien tilanteiden muodostumista.

3.2.3 Osakeyhtiö

Osakeyhtiöitä säätelee osakeyhtiölaki (OYL, 624/2006). Lain mukaan Suomessa on kaksi osakeyhtiömuotoa, yksityinen osakeyhtiö ja julkinen osakeyhtiö. Tärkeimmät erot näiden kahden välillä liittyvät osakkeiden vaihdantaan ja vähimmäisosakepääomaan. Osakeyhtiöt nauttivat sopimusvapautta eli osakkeenomistajat voivat yhtiöjärjestyksessä määrätä melko vapaasti yhtiön toiminnasta. (Villa ym. 2004, luku 2, kpl 4.)

Osakeyhtiö perustetaan kirjallisella perustamissopimuksella ja siihen erikseen liitettävällä yhtiöjärjestyksellä. Perustamissopimuksen lisäksi yhtiön osakkeet merkitään, osakkeet maksetaan ja yhtiö merkitään kaupparekisteriin. Osakeyhtiöstä voidaan jakaa voittoja osakkeenomistajille tarkoin osakeyhtiölain säännösten mukaisesti. (Villa ym. 2004, luku 2, kpl 4.) Osakkeenomistajat ovat vastuussa yhtiön velvollisuuksista vain sijoittamansa pääoman verran. He eivät siis joudu maksamaan yhtiön velkoja henkilökohtaisella omaisuudellaan.

Osakeyhtiö on hyvä valinta yhtiömuodoksi silloin, kun halutaan minimoida henkilökohmainen riski. Osakeyhtiöillä on kuitenkin paljon lakisääteisiä velvoitteita, jotka nostavat liiketoiminnan kuluja. Yhtiön verotus ei suosi kovin pienimuotoista liiketoimintaa. Liiketoiminnan kasvaessa elinkeinonharjoittajat ja henkilöyhtiöt voivat siirtyä harjoittamaan toimintaa osakeyhtiön muodossa.

3.2.4 Osuuskunta

Osuuskunta on jäsenistään erillinen oikeushenkilö, henkilöiden yhteenliittymä, jolla on lakisääteisiä oikeuksia ja velvollisuuksia. Se perustetaan perustamissopimuksella. Osuuskunnan jäsenet ja muut osuuksien ja osakkeiden omistajat eivät vastaa henkilökohtaisesti osuuskunnan velvoitteista. Yleensä osuuskunnan toiminnan tarkoitus ei ole pääsääntöisesti voiton tuottaminen, vaan jäsenten taloudenpidon tai elinkeinon tukemiseen tähtäävä toiminta. Osuuskunnan toiminnan tarkoitukseksi on myös mahdollisuus määritellä voiton hankkiminen ja tällöin voittoa voidaan käyttää muuhunkin tarkoitukseen kuin jäsenille ja osakkaille jaettavaksi. Osuuskunnan jäsen ei ole vastuussa osuuskunnan velvoitteista henkilökohtaisesti. (Villa ym. 2004, luku 2, kpl 5.)

Nykyään on olemassa valmiita osuuskuntia, joihin voi liittyä, kun harjoittaa yrittäjämäistä toimintaa. Tällöin ei tarvitse perustaa omaa yritystä ja osuuskunta laskuttaa suoraan asiakkailta. Tällöin on mahdollista säästää muutoin yrittäjälle tulevissa kuluissa, kuten esimerkiksi kirjanpitokuluissa. Tällä tavalla oman yrittäjämäisen toiminnan aloittaminen on helppoa ja se sopii hyvin sivutyötäkin tekeville.

3.3 Yritysmuodot hiusalalla

Hiusalalla toimitaan pääsääntöisesti yrittäjinä, koska alan palkkakehityksen vuoksi yrittäjyys houkuttelee enemmän kuin palkkatyössä toimiminen, jossa käytetään yleensä joko kuukausipalkkausta tai provisiopalkkausta. Toisena syynä on se, että alalla on hyvin niukasti tarjolla avoimia työpaikkoja, joissa työskennellään palkallisessa työsuhteessa. Kolmanneksi, alan kovasta kilpailusta johtuen katteet ovat melko pieniä, joten yrittäjällä ei ole varaa palkata työntekijää perinteiseen työsuhteeseen.

Hiusalalla esiintyy monenlaisia eri yritysmuotoja. Yhden ihmisen työllistävät yritykset ovat useimmiten toiminimellä työskenteleviä elinkeinonharjoittajia. Sopimusyrittäjyys on myös yleistä hiusalalla.

3.3.1 Sopimusyrittäjyys

Hiusalalla on tyypillistä hankkia työvoimaa sopimusyrittäjyyden kautta. Tätä sopimusyrittäjyyttä kutsutaan myös vuokratuoliyrittäjyydeksi. Tällöin sopimusyrittäjä ei vuokraa koko liiketilaa, vaan ainoastaan oikeuden työskennellä kyseisessä liiketilassa omaan lukuun. Aloittelevalle yrittäjälle se on mahdollisuus tutustua yrittäjyyteen pienellä investoinnilla. Sopimusyrittäjyyden kautta on myös mahdollista kerätä itselleen kanta-asiakaskuntaa, joka tulevaisuudessa helpottaa mahdollisen oman liikkeen toimintaa aloitettaessa.

Sopimusyrittäjä tekee sopimuksen vuokranantajan kanssa. Sopimuksen saa tehdä vapaasti, sillä siihen ei liity pakottavaa lainsäädäntöä. Sopimusyrittäjä-sopimuksissa, kuten muissakin elinkeinonharjoittajien välisissä sopimuksissa, noudatetaan kauppalain säännöksiä ja sopimusoikeuden yleisiä periaatteita.

Vuonna 2006 päivitettiin Hiusalan sopimusyrittäjien yleiset sopimusehdot (YSE 2006). Yritykset voivat käyttää niitä vakiosopimusehtoina, kun he tekevät sopimusyrittäjä-sopimuksia eli yrittäjäsopimuksia toisten yrittäjien kanssa. Tällöin molemmat osapuolet noudattavat niitä, jos ei muuta ole sovittu. Hiusalan sopimusyrittäjien yleisissä sopimusehdoissa määritellään yrittäjäsopimuksissa noudatettava hyvä kauppatapa. Siinä määritellään eettiset periaatteet, osapuolten käyttäytyminen, sopimuksen kohteen määrittely, vuokran määräytyminen, vuokralaisen asema, kustannusten jakaminen, yhteisneuvottelut ja muu toiminta liikehuoneistossa, vuokranantajan ja vuokralaisen omaisuus, asiakasrekisterit, sopimuksen päättäminen sekä erimielisyyksien ratkaiseminen ja sovittelumenettely. (YSE 2006.) Uutta päivitystä sopimusehtoihin ollaan parhaillaan laatimassa.

Sopimus kannattaa laatia huolellisesti epäselvyyksien välttämiseksi. Sopimuksessa määritellään se, onko vuokra kiinteä vai provisiopohjainen. Kiinteässä kuukausivuokrassa vuokran suuruus on joka kuukausi sama, mutta provisiovuokra lasketaan kaikista palvelutöistä. Kohtuullinen provision prosenttiosuus on 30-50%. Lisäksi sopimuksessa olisi hyvä määritellä sopimuksen kesto, tuotemyynnin provisiot ja irtisanomisaika. Sopimuksesta olisi hyvä löytyä tarkka erittely siitä, mitä vuokran hintaan kuuluu. Siihen saattaa kuulua esimerkiksi aineita, tarvikkeita, sähkömaksuja, lehtitilauksia, siivous- ja pyykinpesukuluja, markkinointikuluja ja koulutuskustannuksia. (Näränen 2012, 5-6.) Käytännössä yleensä kukin yrittäjä vastaa itse omista koulutuskustannuksistaan.

3.3.2 Yritysmuotojen jakautuminen

Hiusalan yrityksistä yli 90 prosenttia on yksityisten elinkeinonharjoittajien pieniä yrityksiä ja vain kahdeksan prosenttia niistä toimii työnantajina. Yrityksistä elinkeinonharjoittajia on 92%, henkilöyhtiöitä 4%, osakeyhtiöitä 4% ja muita yhtiömuotoja 0,06%. Eli yksityinen elinkeinonharjoittaja on siis ylivoimaisesti suosituin yritysmuoto hiusalalla, kuten kuvasta 1 käy ilmi.



Kuva 1. Jakauma yritysmuodoittain parturi-kampaamoalalla. (Ilmiöselvitys 2012.)

Kun tarkastellaan Verohallinnon taulukkoa tilinpäätöstiedoista hius- ja kauneusosalta, (taulukko 1) voidaan todeta, että toimiminen yksityisenä elinkeinonharjoittajana on ollut muita yhtiömuotoja kannattavampaa (Ilmiöselvitys 2012). Tätä voi perustella prosenttiluvulla, joka ilmaisee tilikauden voiton osuuden liikevaihdosta. Elinkeinonharjoittajien ryhmässä prosenttiluku on 35, kun taas muissa yritysmuodoissa se on pienempi. Taulukon mukaan kannattamattominta liiketoiminta on ollut osakeyhtiömuodossa. Yksi syy tähän on todennäköisesti pienet palkkakustannukset. Kun yritysmuotona on yksityinen elinkeinonharjoittaja ja liikkeen koko ja henkilöstömäärä ovat pieniä, henkilöstökulut eivät pääse pienentämään katetta kuten isommissa liikkeissä joissa suositaan myös muita yritysmuotoja.

Taulukko 1. Hius- ja kauneusalan tilinpäätöstietoja vuodelta 2010. (Ilmiöselvitys 2012.)

	Elinkeinonharjoittaja	Yhtymä	Osakeyhtiö	Muut	Kaikki yhteensä
Liikevaihto	441 087 295	57 977 203	131 993 158	249 713	631 307 369
Tilikauden voitto	152 988 859	16 412 171	5 063 321	83 666	174 548 017
Osuus lv:sta	35 %	28 %	4 %	34 %	28 %
Tilikauden tulos tappiollinen (lkm)	912	50	227	3	1 192
Palkat	14 412 499	11 807 304	46 523 679	3 640	72 747 122
Vähennyskelpoiset kulut	256 725 415	42 793 092	128 951 745	127 964	428 675 196
Osuus lv:sta	58 %	74 %	98 %	141 %	68 %
Rahoituskulut	1 761 209	311 817	804 699	397	2 878 122

3.4 Parturi-kampaamo elinkeinona

Hiusalan yrityksiä ovat parturi-kampaamopalveluita tarjoavat ja hiustenhoitotuotteiden vähittäismyyntiä harjoittavat yritykset. Useimmiten yritykset toimivat kiinteästä liikepaikasta käsin, mutta myös asiakkaiden luona liikkuvia yrittäjiä on olemassa. Suuri osa parturi-kampaamoista on yrittäjävetoisia, joissa työskentelee vain yrittäjä itse. Suuremmissa liikkeissä työskentelee palkattuja työntekijöitä sekä sopimusyrittäjiä. Sopimusyrittäjä on henkilö, joka työskentelee omiin nimiinsä toisen yrityksen tiloissa.

Vuonna 2014 parturi-kampaamoita oli Suomessa 10 103 kappaletta (Tilastokeskus 2014). Suhteutettuna Suomen asukaslukuun, jokaista parturi-kampaamo kohti on 544 asiakasta ja jokaista parturi-kampaajaa kohti 284 asiakasta. Todellisuudessa luku on huomattavasti pienempi, kun siitä vähennetään pienet vauvat, hiuksettomat ja itse omat hiuksensa huoltavat. Tästä voi päätellä, että yritysten määrä on todella suuri ja kilpailu alalla on kovaa.

Parturi-kampaamon perustamiseen ei tarvita erillisiä lupia eikä koulutusvaatimuksia ole. Yleensä parturi-kampaajat ovat suorittaneet kolmivuotisen hiusalan perustutkinnon tai jonkin lyhyemmän kurssin. Parturi-kampaamon toiminnassa on noudatettava siihen sovellettavaa lainsäädäntöä.

3.4.1 Palvelut

Parturi-kampaamon toiminta on ennen kaikkea palveluliiketoimintaa. Se tarjoaa asiakkaille hiuksiin liittyviä palveluita, kuten leikkauksia, värjäyksiä, kiharoita ja kampauksia. Suurin osa yritysten liikevaihdosta tulee juuri palveluiden myymisestä. Viime vuosina liikkeissä tarjottava palveluvalikoima on kasvanut, ja mukaan on tullut esimerkiksi kynsien ja ripsien hoitoa.

Palveluita markkinoidaan eri kanavissa. Lehtimainonta ja internetissä tapahtuva markkinointi on tyypillistä hiusalalla, ja muutamat yritykset ovat mainostaneet myös radiossa ja televisiossa. Usein asiakkaat varaavat itselleen ajan etukäteen puhelimitse tai internetin kautta ajanvarausohjelman kautta.

3.4.2 Tuotteet

Tuotemyynnillä täydennetään palveluvalikoimaa. Valikoimassa on tyypillisesti hiustenhoitotuotteita, mutta toisinaan myynnissä voi olla myös muuta kosmetiikkaa tai tarvikkeita. Tuotteet myydään pääsääntöisesti asiakkaille kotikäyttöön.

Liikkeissä myytävät tuotteet ovat huomattavasti arvokkaampia kuin marketeissa myytävät tuotteet. Suuri hintaero näiden välillä luo haasteita tuotteiden myynnille ja markkinoinnille. Kampaamotuotteita on mahdollista ostaa myös nettikaupoista.

3.5 Sääntely suojaa kuluttajaa

Yrityksiä koskevalla lainsäädännöllä halutaan varmistaa, että yritykset toimivat tehokkaasti, kilpailu on tasapuolista ja uusia innovaatioita kehitetään. Sääntelyllä halutaan edesauttaa myös yritysten kansainvälistymistä. Nämä ovat tärkeitä asioita erityisesti yritysten näkökulmasta. Yritysjuridiikan alaan kuuluu myös kuluttajan näkökulma. Kuluttajariitalautakunnan (2013) määritelmän mukaan kuluttaja on henkilö, joka saa yrityksiltä henkilökohtaiseen käyttöönsä kulutushyödykkeitä rahaa vastaan. Kuluttajansuojalain (KSL 38/1978) 1:3§:n mukaan kulutushyödykkeellä tarkoitetaan yrityksen tarjoamaa palvelua tai tavaraa.

Kulutushyödykkeen ostaminen on oikeustoimi eli tahdonilmaisu, jolla on oikeudellista merkitystä. Tuotteen tai palvelun ostaminen yritykseltä on kaksipuolinen oikeustoimi, jonka osapuolina ovat yritys ja kuluttaja. Kaksipuolinen oikeustoimi syntyy molempien osapuolten vapaasta tahdosta. Ostotapahtuma on myös sopimus, jossa yritys ja kuluttaja sopivat keskenään, että kulutushyödyke siirtyy kuluttajan käyttöön, kun kuluttaja maksaa sovitun rahasumman.

Ostotapahtumaa sääntelee kuluttajansuojalaki (KSL, 38/1978), joka on pakottavaa lainsäädäntöä ja näin ollen se luo säännöt kaupankäynnille ja siten suojelee kuluttajaa. Laki määrittelee, kuinka toimitaan esimerkiksi virheellisen tuotteen palautuksessa tai tilauksen myöhästyessä. Näistä asioista osapuolet eivät voi vapaasti sopia keskenään. Kuluttajan suojaa säännellään myös muualla lainsäädännössä, kuten esimerkiksi asuntokauppalaissa sekä hintamerkintäasetuksessa.

3.5.1 Kuluttajansuoja parturi-kampaamossa

Parturi-kampaamon toimintaa sääntelevät samat lait kuin muutakin yritystoimintaa. Asiakkaan näkökulmasta kuluttajansuoja on ongelmallinen, sillä monia ihmisiin kohdistuvia palveluita, mukaan lukien parturi-kampaamot, ei säädellä lainkaan. Kuluttajasuojalain (KSL 38/1978) kuluttajapalvelusopimuksia koskevat säännöt koskevat vain vastikkeellisia palveluita, jotka kohdistuvat mm. irtaimeen esineeseen, rakennukseen tai muuhun omaisuuteen. Tosiasiallisesti palveluihin sovelletaan samoja periaatteita kuin muihinkin palveluihin. (Kuluttajaliitto 2016). Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että kuluttajansuojan periaatteet muodostuvat muiden palveluiden lainsäädännöstä, oikeuskäytännöstä sekä kilpailu- ja kuluttajaviraston linjauksista. Parturi-kampaamon asiakasta suojaavia lakeja löytyy muustakin lainsäädännöstä, kuten esimerkiksi kemikaalilaista ja maksupalvelulaista. Näiden ansiosta asiakas voi turvallisesti mielin käyttää parturi-kampaamon hiustenhoitotuotteita ja maksaa ostoksensa luottokortilla.

Parturi-kampaamon asiakkaalle yksi näkyvimmistä sääntelyn kohteista on hintamerkinnot. Säännelty hinnoittelu antaa kuluttajalle mahdollisuuden helposti vertailla parturi-kampaamoiden palveluhinnoittelua sekä tuotteiden hintoja, vaikka lopulliseen ostopäätökseen käytännössä vaikuttavat hinnan lisäksi esimerkiksi liikkeen sijainti, kulkuyhteydet, työn laatu, asiakaspalvelun taso, palveluiden ja myyntituotteiden valikoima, aukioloaika sekä pysäköintimahdollisuudet. Määtän (2007) näkemyksen mukaan hintamerkintäasetus vähentää kuluttajien etsintäkustannuksia heidän hankkiessaan itselleen kulutushyödykkeitä. Lisäksi lainsäädäntö estää sukupuoleen perustuvan syrjimisen hinnoissa.

4 HINTAMERKINTÄASETUS

4.1 Säädöksen tausta

Kuluttajansuojalain 2.luvun 15 §:n 2 kohdan mukaan valtioneuvosto voi antaa tarkempia säännöksiä kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa. 18. heinäkuuta 2013 astui voimaan valtioneuvoston asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa (HintamerkintäA, 553/2013), jota voidaan lyhyemmin kutsua hintamerkintäasetukseksi. Uusi asetus korvasi vanhan asetuksen kulutushyödykkeen ilmoittamisesta markkinoinnissa.

Asetuksessa säädetään kuluttajansuojalain (38/1978) 1 luvun 3 §:ssä tarkoitetun kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa. Asetuksen (553/2013) mukaan kulutushyödykkeellä tarkoitetaan tavaroita, palveluksia sekä muita hyödykkeitä ja etuuksia, joita tarjotaan luonnollisille henkilöille yksityisen talouden käyttöön.

4.2 Viimeisimmät muutokset

Uuteen 18.7.2013 voimaan tulleeseen hintamerkintäasetukseen (553/2013) tuli useita muutoksia. Muutoksia tuli sääntelyyn siitä, mihin hinnat pitää myymälässä sijoittaa. Sijoituspaikkaa ei enää tyhjentävästi eritellä, vaan riittää kun ne ovat tavaroiden välittömässä läheisyydessä ja kuluttajan helposti havaittavissa. Hintojen merkitseminen ei kuitenkaan enää koske kaikkia palveluja, vaan ainoastaan niitä, joihin sovelletaan palvelujen tarjoamisesta annettua lakia. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2013.) Näin ollen esimerkiksi monet sosiaali- ja terveyspalvelut, apteekkipalvelut sekä kuljetus- ja satamapalvelut eivät kuulu velvollisuuden piiriin.

Uusi asetus ei velvoita enää ilmoittamaan hintaa mainonnassa ja muussa markkinoinnissa. Mutta jos tavarán tai palvelun hinta kuitenkin ilmoitetaan, se on merkittävä selkeästi ja niin, että kuluttaja sen helposti ymmärtää.

Hintamerkintäasetusta muutettiin EU-direktiivin täytäntöönpanon vuoksi. Kyseessä on direktiivi sopimattomista kaupallisista menettelyistä elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan

välillä (2005/29/EY) joka astui voimaan kesäkuussa 2005. Direktiivillä korvattiin harhaanjohtavaa ja vertailevaa mainontaa koskeva direktiivi (84/450/EY) kuluttajiin kohdistuvassa mainonnassa. Direktiivi (2005/29/EY) koskee erityisesti säännöksiä tiedoista, jotka pitää antaa markkinoitaessa yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan. Uudella asetuksella (553/2013) pantiin täytäntöön direktiivin säännökset ostokehotuksen yhteydessä annettavista tiedoista. (Sopimattomat kaupalliset menettelyt 2007, 4, 16.)

Direktiivin (2005/29/EY) 4 kohdassa säädetään niistä tiedoista, jotka ovat olennaisia ostokehotuksessa ja joiden ilmoittamatta jättämistä pidetään harhaanjohtavana. Ostokehotuksella tarkoitetaan 2 artiklan i kohdan mukaan kaupallista viestiä, joka ilmoittaa tiedot tuotteen ominaisuuksista ja hinnasta siten, että kuluttaja voi niiden perusteella tehdä ostopäätöksen. Olennaisia tietoja ostokehotuksessa ovat mm. tuotteen pääominaisuudet sekä hinta ja muut kulut. (HE 32/2008, 7)

4.3 Keskeinen sisältö

Hintamerkintäasetusta (553/2013) sovelletaan kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisessa markkinoinnissa, pois lukien asuntojen markkinointi. Asetusta sovelletaan muun asiaa käsittelevän lainsäädännön ohella. Hintamerkintäasetuksen (553/2013) 2 §:n mukaan hinnan ilmaisemisessa käytetään termejä myyntihinta ja yksikköhinta. Myyntihinnalla tarkoitetaan tavarasta tai palvelusta perittävää lopullista verollista hintaa mukaan lukien mahdollisen pantin. Yksikkö hinnalla tarkoitetaan tavaran lopullista verollista hintaa paino- tilavuus- tai tilavuusyksiköltä pois lukien pantin osuus. Hintamerkintäasetuksen 9 §:n mukaan yksikköhintaa ei tarvitse ilmoittaa, jos se on sama kuin myyntihinta tai jos sisällön paino on vähemmän kuin 50 grammaa tai tilavuus vähemmän kuin 50 millilitraa.

Kun elinkeinonharjoittaja mainostaa tavaroita ilmoittamalla tietyn myyntihinnan, on samalla ilmoitettava myös tavaran yksikköhinta. Molemmat hinnat pitää ilmoittaa selkeästi ja ymmärrettävästi. Jos kulutushyödykkeen ostamisen yhteydessä kuluttajalta peritään muita kuluja, nekin on ilmoitettava. (HintamerkintäA 3 §.)

Vähittäismyyntipaikassa, sen yhteydessä olevassa näyteikkunassa sekä verkkosivustoilla on tarjottavista tavaroista ilmoitettava myynti- ja yksikköhinta. Yksikköhinnan pitää selvästi erottua myyntihinnasta ja sen on oltava riittävän suuri ja helposti kuluttajan havaittavissa. Hinta merkitään tavaraan, sen pakkaukseen tai erillisenä ilmoituksena tuotteen kohdalla. Hinnan voi myös ilmoittaa hintataulukossa tavaroiden lähellä. (HintamerkintäA 4 §.)

Tarjottavista palveluista on oltava hinnasto esillä liikehuoneistossa ja verkkosivustoilla joilla harjoitetaan kaupankäyntiä. Tämä velvollisuus koskee vain palveluita, joihin sovelletaan palvelujen tarjoamisesta annettua lakia (1166/2009). Palveluista esitetään myyntihinnat tai vähintään tiedot myyntihintojen määräytymisperusteista. Hinnaston pitää olla helposti kuluttajan havaittavissa sekä mahdollisuuksien mukaan myös liikehuoneiston ulkopuolella. Jos palveluita tarjotaan muualla kuin liikehuoneistossa, pitää pyynnöstä toimittaa kuluttajalle hinnasto. (HintamerkintäA 5 §.) Jos palveluita on tarjolla erittäin suuri määrä, riittää kun hinnastoon merkitään niiden tavallisimmat hinnat tai hinnan määräytymisperusteet. Kuluttajan pitää halutessaan saada myös täydelliset hintatiedot. (HintamerkintäA 6 §.)

5 HINNOITTELU PARTURI-KAMPAAMOSSA

5.1 Historialliset näkökohdat

Parturi-kampaamoiden hinnoittelu on viime vuosina muuttunut sukupuolineutraaliksi eli asiakkaalta pitää periä sama hinta samasta työstä sukupuoleen katsomatta. Aikaisemmin hinnoittelu perustui selkeästi sukupuoleen; naisille ja miehille olivat omat hinnat. Tämä hinnoittelu on lähtöisin siitä, että hiusalan ammattikuntia on alun perin ollut kaksi: parturit ja kampaajat. Kannisto-Junkan & Kokon (2006, 125) mukaan Suomessa ensimmäisenä partureita koulutti Helsingin Parturiammattikoulu ja kampaajia koulutti Helsingin Naiskampaamoyhdistyksen perustama ammattikoulu. Vuonna 1949 koulut yhdistyivät Helsingin Kähertäjäkouluksi. Ensimmäiset tutkinnot olivat kisällin ja mestarin tutkinto. Tämän jälkeen nimet muuttuivat alemmaksi ja ylemmäksi ammattitutkinnoksi.

Vielä muutama vuosikymmen sitten oli yleistä, että parturit ja kampaamot olivat erillisiä liikkeitä, tai että samassa liiketilassa miesten ja naisten puoli oli erotettu välioivella tai verholla. Aivan viime vuosina ovat erilliset parturiliikkeet jälleen yleistyneet. Täydellistä parturien ja kampaajien yhdistymistä ei ole siis vielääkään tapahtunut, sillä TE-keskus (2016, 29) kuvaa partureiden ammattikuntaa vuonna 2016 näin: ”Parturi leikkaa ja hoitaa miesasiakkaiden hiuksia sekä tekee parran ja viiksien muotoilua. Ohjaa asiakasta yksilöllisen tyylin löytämisessä ja värien käytössä sekä esittelee hiustenhoitotuotteita. Voi tehdä myös esimerkiksi hiuspohjan hoitoja.”

Kampaajan työnkuvaa TE-keskus (2016, 29) luonnehtii seuraavasti: ”Kampaaja suunnittelee ja tekee naisasiakkaille hiusten leikkauksia, kampauksia, kihartamiskäsittelyjä sekä värjäyksiä ja mm. hiusten ja hiuspohjan hoitoja. Ohjaa asiakasta yksilöllisen tyylin löytämisessä ja värien käytössä sekä esittelee hiustenhoitotuotteita”.

TE-keskuksen kuvausten perusteella ammattikuntia on selkeästi edelleen kaksi, vaikka tänä päivänä hiusalan peruskoulutus tuottaa yhdistelmäututkinnon eli parturi-kampaajan tutkinnon. Suurin osa hiusalalla toimivista työskentelevät parturi-kampaajina, eli asiakaskunnan muodostavat sekä miehet että naiset. Partureiden ja kampaajien erillinen hinnoittelu juontaa juurensa historiaan, jolloin nämä ammattikunnat olivat vielä paljon selkeämmin erilliset.

5.1.1 Parturit

Egyptissä alkanut pronssikausi 2500 eKr. oli merkittävä ajankohta partureiden ammattikunnalle. Egyptiläiset miehet ajelivat leuan ja pään kokonaan sileiksi ja papisto poistatti kaikki karvansa joka kolmas päivä. Alkeellisina työvälineinä toimivat tällöin teroitettu piikivi ja simpukankuoret. Kun faaraot alkoivat käyttää irtopartoja julkisissa tilaisuuksissa, valmistettiin myös ensimmäiset partaveitset kuparista ja pronssista. Rooman valtakunnassa parturoinnista pitivät huolen parturiorjat, jotka lyhensivät ja kähersivät hiuksia ja ajoivat parran. (Kannisto-Junka & Kokko 2006, 102.)

Vuonna 1092 katolinen kirkko määräsi, että pappien ja munkkien piti olla parrattomia. Näin ollen luostareihin palkattiin partureita. Luostareissa oli perinteisesti hoidettu sairaita ja tehty kirurgisia toimenpiteitä, mutta vuonna 1163 paavi määräsi, että veren vuodatus ei kuulu kirkon miehille. Kirurgiset toimenpiteet siirtyivät näin partureiden tehtäväksi. (Kannisto-Junka & Kokko 2006, 102.)

Maailman vanhin partureiden yhdistys, Worshipful Company of Barbers, perustettiin Lontoossa vuonna 1308. Tällöin parturiliikkeitä oli kahdenlaisia, toisissa parturoitiin hiuksia ja partoja, ja toisissa suoritettiin kirurgin toimenpiteitä. Pariisiin perustettiin koulu, joka opetti partureille kirurgin taitoja. Keskiajan loppupuoliskolla lähes kaikki kirurgit olivatkin parturiammattikunnan mestareita. Kirurgin työn lisäksi osa partureista valmisti ja myi lääkkeitä. Partureiden työtehtäviä rajoitettiin 1500-luvulla, jolloin parturit eivät saaneet enää tehdä kirurgisia operaatioita lukuun ottamatta suonen iskentää ja hampaiden poistoja. (Kannisto-Junka & Kokko 2006, 103.)

Vuonna 1893 A.B. Moler perusti ensimmäisen parturikoulun Yhdysvalloissa, jota ennen ammattiin opiskeltiin oppipoika-kisälli-periaatteella. Partureiden arvostus nousi kohisten, sillä nyt alalle saatiin ammattitaitoisia, muotitietoisia partureita. (Kannisto-Junka & Kokko 2006, 103.)

5.1.2 Kampaajat

Kampaaja on yksi maailman vanhimmista ammateista. Kampaajien ammattikunta on mainittu jo raamatussa ja kreikkalaisessa mytologiassa. Muinaisessa Roomassa orjat toimivat kampaajina, ja he loihtivat roomattarille näyttäviä koristeltuja peruukkeja. Kampaajat muodostivat varsinaisen oman ammattikunnan 1600-luvulla Ranskassa, jolloin valtavat koristellut peruukit tulivat muotiin ja kampaajat joutuivat työskentelemään kellen ympäri pitääkseen nuo korkeat kiharapilvet ojennuksessa. (The history of hair 2016.)

1900-luvulle asti kampaajat työskentelivät yläluokkaisille naisille. (The history of hair 2016.) Useimmiten kampaukset tehtiin kotona, ja parturien vaimot ja tyttäret toimivat kampaajina. Erityistapauksissa kampaaja saattoi muuttaa varakkaan rouvan luokse päiväkausiksi tehdäkseen taidokkaan kampauksen. (George 2008.) Myöhemmin kampaajat avasivat salonkeja, joihin oli tervetulleita kaikki naiset. (The history of hair 2016.)

5.2 Tasa-arvo

Suomessa tasa-arvoa ohjaa tasa-arvolaki eli laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta (Tasa-arvoL, 609/1986) ja Suomen perustuslaki (731/1999). Lisäksi tasa-arvoon liittyvää säännöstelyä löytyy kansainvälisistä ihmisoikeussopimuksista sekä EU-lainsäädännöstä. Tasa-arvolain tarkoituksena on estää sukupuoleen perustuvaa syrjintää ja edistää sukupuolten välistä tasa-arvoa. Syrjintäkieltoa sovelletaan kaikessa yhteiskunnallisessa toiminnassa.

Tasa-arvolain 8e§ sääntelee syrjintää tavaroiden ja palvelujen saatavuudessa ja tarjonnassa. Lain mukaan tavaroiden tai palvelujen tarjoajan menettelyä pidetään syrjintänä, jos henkilö asetetaan muita epäedullisempaan asemaan sukupuolen perusteella. Laki sallii kuitenkin tavaroiden ja palveluiden tarjoamisen vain toisen sukupuolen edustajille, mikäli se on perusteltua. Tämä säännös on tullut voimaan 1.1.2009. Säännös lisättiin tasa-arvolakiin, koska aikaisempi sääntely ei vastannut direktiiviä 2004/113/EY, jonka mukaan tavaroiden ja palveluiden tarjonnassa tapahtuva syrjintä kielletään ja sanktioidaan. Tämän muutoksen myötä syrjintään on mahdollista puuttua tosiasiallisilla ja tehokkailla seuraamuksilla, asiaan voida saada tuomioistuimen päätös ja menettelyn seuraukset ovat yhdenmukaiset muiden syrjinnän kieltojen rikkomisen kanssa. (HE 153/2008, 7)

Vuonna 2010 kuluttaja-asiamies ja tasa-arvovaltuutettu antoivat yhteisen kannanoton, jonka mukaan parturien ja kampaamojen hinnoittelu ei saa perustua sukupuoleen. Kananoton mukaan erilaiset hinnat miehille ja naisille kampaamo- ja parturipalveluissa ovat herättäneet keskustelua ja asiasta on toistuvasti otettu yhteyttä tasa-arvovaltuutettuun ja Kuluttajavirastoon. Kananotossa todetaan, että sukupuoleen perustuva hinnoittelu on kiellettyä syrjintää. Palveluiden hinnoittelu voi perustua kulloinkin tehtävään toimenpiteeseen ja hintaan saavat vaikuttaa palvelun vaatiman työmäärän lisäksi esimerkiksi tekijän ammattitaito, työn vaativuus, käytetyt aineet sekä liikkeen sijainti. (kuluttajaviraston/kuluttaja-asiamiehen kannanotto. (KUV/2749/48/2010.)

5.3 Palveluiden hinnoittelu

Parturi-kampaamoiden palvelut voidaan hinnoitella monella eri tavalla ja melko vapaasti. Hinnoittelu ei saa kuitenkaan olla toista sukupuolta syrjivää ja se pitää tehdä lain edellyttämällä tavalla. Seuraavassa esitellään kolme erilaista tapaa hinnoitella palvelut, jotka täyttävät lainsäädännön vaatimukset.

Jokaisen hinnoittelumallin yhteydessä on esimerkkihinnasto, joka havainnoi kyseistä hinnoittelutapaa. Lisäksi jokaisen mallin yhteydessä on lyhyesti analysoitu mallin käytännöllisyyttä.

5.3.1 Aikaperusteinen hinnoittelu

Parturi-kampaamossa palvelut voidaan hinnoitella sen mukaan, kuinka kauan palvelun suorittamisessa menee. Palvelulle voidaan määritellä esimerkiksi minuuttihinta, mutta hinnoitella voi myös laajemmassa aikahaarukassa. Kuvassa 2 on pelkistetty esimerkki aikahinnoittelua noudattavan parturi-kampaamon hinnastosta.

HINNASTO	
Hiusten leikkaus	1 €/min
Juhlakampaus	max 30 min/35 €
	max 45 min/45 €
	yli 45 min/60 €
Permanentti	max 2h/70 €
	yli 2h/80 €
Värikäsittelyt	max 1,5h/65 €
	yli 1,5h/75 €
Muotoilutuotteiden käytöstä veloitamme 3 €	

Kuva 2. Esimerkki aikaperusteisesta hinnastosta.

Aikaperusteinen hinnoittelu on suoraan verrannollinen palveluun käytettyyn aikaan. Hinnan muodostaminen on helppoa kuluneen ajan mukaan, mutta tähän hinnoittelutapaan liittyy joitakin ongelmia. Asiakkaat usein arvostavat sitä, että työn lopullinen hinta on etukäteen tiedossa. Tässä tapauksessa se ei ole aina mahdollista. Työhön käytetty aika riippuu hiusten ja työn suunnitteluun käytetyn ajan lisäksi työn tekijästä. Yleensä vasta valmistuneet parturi-kampaajat ovat hitaampia kuin pidempään alalla olleet, joten asiakas maksaa käytännössä kalliimman hinnan vasta-alkajan tekemästä työstä kuin kokeneen ammattilaisen suorittamasta palvelusta. Tämä saattaa tuntua ristiriitaiselta sekä asiakkaan että työn tekijän näkökulmasta katsottuna.

Aikaperusteisessa hinnoittelussa pitää ottaa huomioon myös mahdolliset lisätyöt ja muut kustannukset ja niiden hinnoittelutapa. Kaikkien palveluiden kohdalla kannattaa miettiä, onko aikaperuste paras mahdollinen hinnoittelutapa, vai kannattaako esimerkiksi osa palveluista hinnoitella kiinteillä hinnoilla.

5.3.2 Hinnoittelu työsuorituksen mukaan

Työsuorituksen mukaan hinnoitellut palvelut ovat kiinteähintaisia palveluita, joiden hinta perustuu suoritettuun palveluun riippumatta siitä, kumman sukupuolen edustajalle palvelu suoritetaan ja kuinka kauan siihen menee aikaa. Tässä hinnoittelumallissa työmäärän vaihtelevuus samassa palvelussa voi vaihdella hyvinkin paljon. Esimerkiksi kaljuksi ajaminen koneella tai mallinmuutosleikkaus asiakkaalle ovat työmäärältään erilaiset ja se olisi syytä huomioida hinnoittelussa. Tämä voidaan toteuttaa jaotteleamalla palvelu yksityiskohtaisemmin työmäärän mukaan. Esimerkkihinnastossa kuvassa 3 hiusten leikkaus palveluna on jaoteltu työmäärän mukaan useammaksi erilliseksi palveluksi.

HINNASTO	
Kaljuksi ajo koneella	15 €
Lasten hiusten leikkaus (0-12v.)	20 €
Niskan ja korvallisten siistiminen	15 €
Pitkien hiusten latvojen tasaus	20 €
Hiusten leikkaus	28 €

Kuva 3. Esimerkkihinnasto työsuorituksen perusteella hinnoittelusta.

Palveluiden jaottelut pitää olla selkeitä, jotta asiakas tietää mitä kuhunkin palveluun ja hintaan sisältyy. Hinnastoa laadittaessa on myös tärkeää määritellä, millä kriteereillä arvioidaan hiusten pituus. Hiusalalla vakiintuneen käytännön mukaan lyhyet hiukset ulottuvat sivuprofiilissa alimmillaan korvannipukkaan asti. Puolipitkät hiukset ulottuvat leuan kärjen tasolle ja pitkät hiukset ulottuvat olkapäille.

5.3.3 Hinnoittelu tekniikan mukaan

Hinnoittelu tekniikan mukaan tarkoittaa käytännössä sitä, että palveluissa voidaan erottaa parturin tekniikka ja kampaajan tekniikka. Parturin tekniikassa käsitellään pääasiassa lyhyitä hiuksia ja leikkaus suoritetaan suurimmaksi osaksi hiustenleikkauskoneita käyttäen. Myös partakäsittelyt kuuluvat parturin tekniikkaan. Kampaajan tekniikassa hiukset

leikataan pääasiassa saksia tai veistä käyttäen. Konetta käytetään vain viimeistelyssä tai vain tietyssä osiossa saksitekniikkaa täydentäen. Kuvassa 4 on esimerkkihinnasto, joka on laadittu käytettävän tekniikan mukaan.

HINNASTO	
Kampaamotyöt:	
Pesu	8 €
Hiusten leikkaus	28 €
Rullakampaus/föönaus	25 €
Permanentti (lyhyet hiukset)	75 €
Parturityöt:	
Pesu	8 €
Hiusten leikkaus	24 €
Parran ajo	18 €
Parran värjäys	30 €

Kuva 4. Esimerkkihinnasto tekniikkaperusteisesta hinnoittelusta

Periaatteessa asiakas voi itse valita, haluaako hän parturi- vai kampaamopalvelun, mikäli liikkeen palveluvalikoimaan kuuluvat molemmat palvelut. Yleensä asiakkaan haluama hiusmalli määrittelee sen, kumpaa tekniikkaa käytetään. Partakäsittelyt kuuluvat vain parturipalveluun.

5.3.4 Hintojen esittäminen

Palveluiden hinnoittelua sääntelee valtioneuvoston asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa (553/2013). Asetusta sovelletaan palveluihin, joista saadaan korvaus eli parturi-kampaamot kuuluvat lain soveltamisalaan.

Parturi-kampaamoilla tulee olla liikehuoneistossa hinnasto, josta käy ilmi palveluiden myyntihinnat. Jos täsmällisiä myyntihintoja ei voida esittää, hinnastossa tulee olla tiedot

myyntihintojen määräytymisperusteista. Tällaisia perusteita voivat olla esimerkiksi palveluun käytetty aika, hiusten pituus/tuuheus tai työn vaativuus. Tosinaan palveluiden runsa valikoimaa kaikkien hintojen määräytymisperusteineen ei ole mielekästä laittaa hinnastoon, jos siitä tulisi monisivuinen ja asiakkaalle vaikeaselkoinen. Tällöin voidaan esille laittaa hinnasto, jossa on vain tavallisimmat myyntihinnat tai niiden määräytymisperusteet. Tällöin hinnastossa pitää olla maininta täydellisestä hinnastosta, josta kuluttaja saa pyydettäessä haluamansa tiedot (HintamerkintäA 6§).

Hinnasto pitää löytyä liikehuoneistosta sellaisesta paikasta, josta asiakkaan on helppoa havaita se (HintamerkintäA 5,2§). Kuvassa 5 hinnastot on asetettu kampauspöydille, josta asiakas voi tarkastella sitä palvelun suorittamisen aikana. Mahdollisuuksien mukaan hinnasto pitää sijoittaa myös niin, että se on helposti havaittavissa liikehuoneiston ulkopuolelta (HintamerkintäA 5,2§). Käytännössä hinnasto laitetaan näyteikkunalle, liikehuoneiston oveen tai ikkunaan. Liikehuoneiston ulkopuolella voi olla myös erillinen mainosteline, josta asiakkaat voivat nähdä hinnaston. Kuvassa 6 hinnasto on asetettu näyteikkunalle, jota asiakas voi tarkastella ulkoa päin astumatta sisään liikkeeseen. Käytännössä parturi-kampaamossa pitää olla hinnastoja useampia kappaleita, jotta lain asettamat edellytykset täyttyvät.



Kuva 5. Hinnastot ovat sijoitettu kampauspöydille (Kuva: Tero Haapakoski)



Kuva 6. Hinnasto on aseteltu näyteikkunalle (Kuva: Tero Haapakoski)

Hinnastossa olevat tiedot on ilmoitettava selkeästi (HintamerkintäA 4,2§). Käytännössä se tarkoittaa sitä, että tiedot esitetään riittävän suurella kirjasinkoolla ja selvällä käsialalla tai fontilla. Palvelunimikkeiden pitää olla yksiselitteisiä, jotta asiakas ei ymmärrä niitä väärin. Hinnat ilmoitetaan verollisina, mutta veron osuutta ei tarvitse merkitä näkyviin. Tämä koskee vain arvonlisäverovelvollisia yrityksiä.

5.4 Tavaroiden hinnoittelu

Useimmissa parturi-kampaamoissa on palveluiden lisäksi myynnissä hiustenhoitotuotteita. Näiden tuotteiden hinnoittelusta säädetään hintamerkintäasetuksessa (553/2013). Tavarain hinnoitteluun liittyvät säädökset ovat hyvin yksityiskohtaisia, ja niiden selkeyttämiseksi asetuksessa on määritelty myyntihinnan ja yksikköhinnan käsitteet. Myyntihinnalla tarkoitetaan tavarasta perittävää lopullista verollista hintaa. Yksikkö hinnalla tarkoitetaan tavarain lopullista verollista hintaa paino-, tilavuus- tai pituusyksiköltä.

Kun parturi-kampaamossa on myynnissä tuotteita, niistä on ilmoitettava myynti- ja yksikkö hinta. Jos myytäviä tuotteita on esillä näyteikkunassa tai verkkosivuilla, on niistä

tällöinkin ilmoitettava samalla tavalla. Hinnat on merkittävä selkeästi ja yksilöidysti, jotta erehtymisen vaaraa ei ole HintamerkintäA 4§). Tuotteen yksilöintiä koskeva edellytys täyttyy, kun tuotteesta on sanallinen tai kuvallinen esitys, jonka informaatio on kuluttajalle riittävä ostopäätöksen tekemiseen. (Kuluttaja-asiamiehen linjaus 2014, luku 2.) Käytännössä hintamerkintöjen tulee olla riittävän suuria ja ne täytyy olla asiakkaiden helposti havaittavissa. Tuotteen hinta on merkittävä joko itse tuotteeseen, sen päällykseen, tuotteen viereen, hintataulukkoon tai muulla vastaavalla tavalla tuotteen välittömään läheisyyteen. Kuvassa 7 hintataulukko on kiinnitetty myyntitelineeseen tuotteiden välittömään läheisyyteen.



Kuva 7. Hintataulukko on sijoitettu myytävien tuotteiden läheisyyteen (Kuva: Tero Haapakoski)

Lähtökohtaisesti kaikkiin tavaroihin on merkittävä yksikköhinta, mutta hintamerkintäasetuksessa (553/2013) on tähän sääntöön kolme poikkeusta. Yksikköhintaa ei tarvitse ilmoittaa, jos se on sama kuin myyntihinta (HintamerkintäA 8 §) tai jos tavarat ovat yksittäiskappaleita, joiden sisältöä ei voida jakaa osiin niiden laatua tai ominaisuuksia muuttamatta tai joiden painon, pituuden tai tilavuuden ilmoittamista ei vaadita. (HintamerkintäA 10 §.) Tällaisia myyntituotteita parturi-kampaamossa ovat esimerkiksi hiusharjat. Kolmantena poikkeuksena ovat valmispakkaukset, joiden sisällön paino on vähemmän kuin 50 grammaa tai tilavuus vähemmän kuin 50 millilitraa. Näiden tuotteiden hintatiedoissa riittää pelkkä myyntihinnan ilmoittaminen. (HintamerkintäA 9 §.)

Tuotteen yksikköhinta lasketaan pakkauksen nettosisällön painon tai tilavuuden perusteella. Nettosisällöllä tarkoitetaan pakkaukseen merkittyä sisällön määrää, joka tarkoittaa vähimmäismäärää. Jos esimerkiksi 500 ml hiuslakkaa sisältävä pakkaus myydään hintaan 20€, sen yksikköhinta, eli tässä tapauksessa litrahinta, saadaan laskettua jakamalla myyntihinta sisällön määrällä. Eli $20\text{€}/0,5\text{l}=40$. Eli hiuslakan litrahinta on 40€. Hiuslakan hintatiedoissa pitää siis ilmoittaa myyntihinta 20€ sekä yksikköhinta 40€/l.

5.5 Hintojen oikeinkirjoitus

Jotta parturi-kampaamon hintamerkinnot olisivat selkeät ja yhtenäiset, ne kannattaa laatia noudattaen Suomen kielen kieliopin mukaisia sääntöjä. Hinnastoissa kannattaa kaikki hinnat ilmoittaa numeroilla. Rahayksikkö ilmoitetaan €-merkillä tai pienellä e-kirjaimella. €-merkkiä suositellaan ensisijaisesti käytettäväksi. Hinnan ja rahayksikön väliin tulee välimerkki. Esimerkki: shampoo 20 €. (Kielitoimiston ohjepankki 2015.)

Euron sadasosa eli sentti lyhennetään kirjainyhdistelmällä snt tai kirjaimella c. Pääsääntöisesti sentit merkitään kuitenkin käyttämällä desimaalilukuja. Esimerkki: hoitoaine 19,90 €/kpl. (Kielitoimiston ohjepankki 2015.)

5.6 Valvonta ja seuraamukset

Parturi-kampaamoiden hinnoittelun valvonta jakautuu aluehallintovirastolle ja yhdenvertaisuus- ja tasa-arvolautakunnalle. Ensiksi mainittu valvoo hintamerkintäasetuksen toteutumista hinnoittelussa, ja jälkimmäinen yhdenvertaisuuslain (1325/2014) ja tasa-arvolain toteutumista. Molemmat toimielimet voivat myös asettaa sanktioita virheellisestä hinnoittelusta.

5.6.1 Hintamerkintäasetuksen valvonta ja sanktiot

Hintamerkintäasetuksen noudattamista valvoo aluehallintovirasto. Valvonta toteutetaan valtakunnallisten valvontaohjelmien ja -suunnitelmien mukaan. Valvonnassa noudatetaan pääasiassa hallintolain säädöksiä ja seuraamuksista säädetään eri toimialoja ja tehtäviä koskevissa säädöksissä. (Valvonta 2013.)

Valvonta kohdistuu tavaroiden ja palveluiden hinnan ilmoittamiseen. Aluehallintovirasto voi neuvoa ja ohjata hiusyrittäjiä säädösten noudattamisessa ja pyytää korjaamaan virheelliset tai puutteelliset hintamerkinnät. Mikäli yrittäjä ei noudata viranomaisen korjauskehotusta, aluehallintovirasto voi määrätä markkinointikiellon ja tehostaa sitä uhkasakolla. (Hintamarkkinointi 2013.)

Vuonna 2014 aluehallintovirasto teki maalis-elokuun ajan valvontaa Länsi- ja Sisä-Suomen alueella liittyen Kilpailu- ja kuluttajaviraston kampanjaan. Aluehallintovirasto tarkasti partureiden ja kampaamojen palveluhinnastojen ja myytävien tuotteiden hintojen esilläoloa. Aluehallintovirasto tarkasti 690 hiusalan yritystä. Puolet tarkastetuista yrityksistä sai huomautuksen palveluhinnastojen puutteista. Noin 32 %:lla palveluhinnastoa ei pystynyt havaitsemaan liikkeen ulkopuolelta käsin. Aluehallintovirasto kritisoi myös alkaen-hintoja palveluhinnastossa, koska ne eivät kerro kuluttajille riittävästi yrityksen hintatasosta eikä hintojen määräytymisestä. Aluehallintoviraston mukaan hinnastojen ja tuotteiden hintamerkintöjen yhtenä lähtökohtana on, että kuluttaja tietää hinnan ennen ostotapahtumaa ja pystyy näin helposti vertailemaan eri tuotteiden hintoja ja yrityksiä keskenään. Näiden puutteiden lisäksi jotkut hinnastoista olivat myös liian suppeita tai epämääräisiä. (Aluehallintoviraston tiedote 2014.)

Valvontakampanjassa kiinnitettiin huomiota myös myytävien tuotteiden hintamerkintöihin. Jopa 79 %:lla yrityksistä tuotteiden yksikköhintamerkinnot puuttuivat tai olivat puutteelliset. Myös tuotteiden myyntihinnoissa oli korjattavaa puolella tarkastetuista yrityksistä. Valvonta siis paljasti, että useat hiusalan yritykset eivät tunne palveluiden ja tuotteiden hintojen esittämiseen liittyvää lainsäädäntöä. Lisäksi yksikköhintojen ilmoittamisen tarpeellisuutta ei hiusalalla täysin ymmärretä. (Aluehallintoviraston tiedote 2014.)

5.6.2 Tasa-arvon toteutumisen valvonta ja sanktiot

Tasa-arvon toteutumista valvoo yhdenvertaisuus- ja tasa-arvolautakunta, joka on valtioneuvoston nimittämä itsenäinen ja riippumaton oikeusturvaelin. Se valvoo yhdenvertaisuuslain ja tasa-arvolain noudattamista ja tarjoaa oikeussuojaa niille, jotka kokevat tulleen syrjityksi. Tasa-arvovaltuutettu voi saattaa asian käsiteltäväksi yhdenvertaisuus- ja tasa-arvolautakunnan käsiteltäväksi. (Yhdenvertaisuus- ja tasa-arvolautakunta 2016.) Jos asiakas kokee tulleen syrjityksi hiusalan yrityksessä sukupuolensa perusteella, hänen kannattaa olla ensin yhteydessä yrittäjään, jotta hänellä on mahdollisuus korjata syrjivä menettely. Jos tämä ei tuota tulosta, asiakas voi ottaa yhteyttä tasa-arvovaltuutettuun.

Jos yhdenvertaisuus- ja tasa-arvolautakunta toteaa, että yritys on rikkonut tasa-arvolakia, yritys voidaan tuomioistuimessa tuomita suorittamaan syrjitylle vähintään 3470 euron suuruinen hyvitys. Hyvityksen määrää arvioitaessa otetaan huomioon syrjinnän laatu, laajuus ja kesto. Hyvityksen määrää voidaan kuitenkin alentaa tai se voidaan poistaa kokonaan, kun arvioidaan hyvityksen kohtuullisuutta yrityksen taloudelliseen asemaan nähden sekä huomioidaan yrityksen pyrkimykset minimoimaan syrjivän toimintansa vaikutukset. (Tasa-arvovaltuutetun ohjeistus 2016.)

6 POHDINTA

Suomessa parturi-kampaamoiden toiminta on hyvin kirjavaa. Liikkeen voi perustaa kuka tahansa, sillä mitään virallisia koulutus- tai pätevyysvaatimuksia ei ole. Yrittäjien koulutustaustoissa on suuria eroavaisuuksia. Toiset ovat suorittaneet perustutkinnon ammattikoulussa, toiset alle vuoden mittaisella kurssilla yksityisessä hiusmuotoilukoulussa. Jotkut ovat itseoppineita tai olleet epävirallisesti jonkun kokeneemman henkilön opissa ja toiset ovat oppinsa saaneet ulkomailta, joissa käytetyt tekniikat ovat toisinaan hyvinkin erilaisia kuin täällä on totuttu. Jotkut parturi-kampaajan peruskoulutuksen suorittaneet ovat hakeutuneet jatkokoulutuksiin, jonka myötä liikkeissä työskentelee esimerkiksi mestareita, erikoisparturi-kampaajia, ekokampaajia, merkonomeja, tradenomeja ja es-tenomeja sekä yrittäjän ammattitutkinnon suorittaneita.

Koulutuksessa keskitytään pääasiassa hiuksiin. Viime vuosina opinto-ohjelmissa on pyritty huomioimaan myös yrittäjän tarvitsemaa osaamista, mikä onkin tärkeää koska suuri osa opiskelijoista ryhtyy yrittäjiksi. Kuitenkin esimerkiksi hiusalan 120 opintoviikon kokonaisuudessa on vain 3 opintoviikon kokonaisuus yrityksen perustamisesta, johon sisältyy esimerkiksi liikeidean ja liiketoimintasuunnitelman laatimista, tutustumista eri yritysmuotoihin, rahoitukseen sekä verotukseen. Tämä on aika vähäinen määrä. Ja kun ottaa huomioon parturi-kampaajien kirjavat koulutustaustat, yrittäjien tietoisuus esimerkiksi parturi-kampaamon toimintaan liittyvästä lainsäädännöstä on hyvin vaihtelevaa.

Parturi-kampaamoiden liiketoiminta on suurilta osin laissa säädeltyä. Yrittäjää velvoittaa hyvin laaja-alainen lainsäädäntö. Yrittäjän pitää muun muassa tietää, kuinka yrityksen kirjanpito hoidetaan, kuinka verot maksetaan, paljonko palkkaa työntekijälle pitää maksaa, mitä vakuutuksia tarvitaan, saako liikettä pitää pyhänä auki ja pitääkö asiakkaalle antaa rahat takaisin, jos hän ei ole tyytyväinen saamaansa palveluun. Osana liiketoimintaan liittyvää lainsäädäntöä on myös palveluiden ja tuotteiden hinnoittelu.

Hinnoittelu on yksi tärkeimmistä tehtävistä, joka yrittäjän pitää tehdä. Vääränlaisella hinnoittelulla yritykselle ei ehkä muodostukaan riittävästi katetta ja yritys joutuu sulkemaan ovensa lopullisesti. Asiakkaiden maksama hinta on yrittäjän tulo. Hinnoittelu on myös joillekin asiakkaille yksi kriteeri, millä perusteella liike valitaan. Siksi ei ole yhdentekevää, kuinka palvelut ja tuotteet hinnoitellaan.

Parturi-kampaamon hinnoittelua säännellään laissa ja asetuksissa. Useimmat parturi-kampaajat eivät ole tottuneet lukemaan ja tulkitsemaan lakipykälää. Jotkut yrittäjät ovat lehdistön kirjoittamien tietojen varassa. Toiset yrittäjistä ovat liittyneet Suomen Hiusyrittäjät ry:n, joka jakaa jäsenistölleen tietoja lainsäädännöstä ja antaa käytännön neuvoja sen noudattamisesta. Tieto on myös hyvin hajanaista hintamerkinnöistä, koska siihen liittyy lainsäädäntöä niin varsinaisesta hinnoittelustakin kuin tasa-arvomääräyksistäkin.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli koota yhteen hinnoittelua määrittelevä lainsäädäntö sekä kertoa, kuinka sitä liikkeissä kuuluu soveltaa. Palveluiden hinnoitteluun otin kolme yleisintä malliesimerkkiä, sillä yrityksillä on erilaisia hinnoitteluperusteita. Hinnoitteluperusteita voi myös sekoittaa keskenään, jos se parhaiten palvelee parturi-kampaamon liikeidea. Pohdin myös eri hinnoitteluperusteisiin liittyviä hyviä ja huonoja puolia. Kaikissa hinnoittelumalleissa on huomioitu sukupuolten välisen tasa-arvon edellytykset. Myös tuotemyynnin hinnoittelusta on ottanut työhön mukaan kuvalliset esimerkit, joista on helppoa päätellä hinnastojen lainmukaiset sijoittelut.

Tämä työ yrittää vastata parturi-kampaajien tiedonpuutteeseen hintamerkinnöistä yhdessä Pirkanmaan Hiusyrittäjät ry:n kanssa. Yhdistys on tiedottanut jäsenilleen kattavasti lainsäädännöstä jo vuosikymmeniä. Suurin haaste on yrittäjät, jotka eivät kuulu yhdistykseen. Mielestäni parturi-kampaajien koulutukseen pitäisi lisätä opetusta hiusalaan liittyvästä lainsäädännöstä, joka antaisi hyvän perustan itsenäiselle tiedonhauulle ja käytännön soveltamiseen.

LÄHTEET

Aluehallintoviraston tiedote. Partureiden ja kampaamojen hintojen ilmoittamisessa puutteita – säädöksiä ei tunneta. 2014. Aluehallintovirasto

Elinkeinoelämän keskusliitto. Tavaroiden ja palvelujen hintojen ilmoittamisen sääntelyyn muutoksia. Julkaistu 6.8.2013. Luettu 21.1.2016. <http://www.ek.fi/ajankoh-taista/hyotytietoa-yrityksille/2013/08/06/tavaroiden-ja-palvelujen-hintojen-ilmoittami-sen-saantelyyn-muutoksia>

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi tietyntyyppisten yritysten vuositilinpäätöksistä, konsernitilinpäätöksistä ja niihin liittyvistä kertomuksista, Euroopan parlamen-tin ja neuvoston direktiivin 2006/43/EY muuttamisesta ja neuvoston direktiivien 78/660/ETY ja 83/349/ETY kumoamisesta ETA:n kannalta merkityksellinen teksti (2013/34/EU)

Euroopan Unionin direktiivi sopimattomista kaupallisista menettelyistä elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välillä. (2005/29/EY)

Euroopan Unionin neuvoston direktiivi miesten ja naisten yhdenvertaisen kohtelun periaatteen täytäntöönpanosta tavaroiden ja palvelujen saatavuuden ja tarjonnan alalla (2004/113/EY)

George, P. Julkaistu 20.11.2008. Short history oh hairdressing. Blogi-kirjoitus. Luettu 8.8.2016. <http://www.hair-history.blogspot.fi>

HE 32/2008 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi kuluttajansuojalain 2 luvun muuttamisesta ja eräksi siihen liittyviksi laeiksi

HE 153/2008 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta annetun lain muuttamisesta

HE 89/2015 vp. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi kirjanpitolain ja eräiden siihen liittyvien lakien muuttamisesta sekä puunkorjuuta aarniometsissä harjoittavien yritysten viranomaisille suorittamien maksujen julkistamista koskevaksi laiksi

Hintamarkkinointi. 2013. Aluehallintovirasto. Luettu 30.10.2016. <http://www.avi.fi/web/avi/hintamarkkinointi>

Hiusalan sopimusyrittäjien yleiset sopimusehdot. 2006 (YSE 2006)

Hämeen sanomat. Hiusyrittäjät äimistyivät tasa-arvovaltuutetun aikeista. Julkaistu 9.10.2007. Luettu 30.10.2016. <http://www.hameensanomat.fi/uutiset/kotimaa/152302-hiusyrittajat-aimistyivat-tasa-arvovaltuutetun-aikeista>

Ilmiöselvitys 7/2012. Parturi-kampaamo- ja kauneudenhoitopalvelut. Harmaan talouden selvitysyksikkö. Verohallinto

Kannisto-Junka, S., Kokko, E. 2006 Puuteria & papiljotteja. Kauneuden, kosmetiikan ja kampaamoalan historia. Loimaa: Priimus Paino

Kielitoimiston ohjepankki. Rahasummat. 2015. Kotimaisten kielten keskus

Koski, P., Sillanpää, M. 2016. Yhtiöoikeus. Helsinki: Talentum Media Oy (kirjassa ei sivunumerointia)

Kuluttaja-asiamiehen linjaus. Tavaroiden ja palveluiden hinnan ilmoittaminen. 2014. Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Kuluttajaliitto. Palveluhankinnat. Luettu 10.9.2016. <http://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/ostaminen-ja-kuluttajansuoja/hankinnat/palveluhankinnat>

Kuluttajariitalautakunta. Tavarat ja palvelut. Julkaistu 10.9.2013. Luettu 20.8.2016. <http://www.kuluttajariita.fi/fi/index/kuluttaja-asiat/kuluttaja-asiat/tavaratjapalvelut.html>

KUV/2749/48/2010. Parturien ja kampaamojen hinnoittelu ei saa perustua sukupuoleen. Kuluttajaviraston/kuluttaja-asiamiehen ja tasa-arvovaltuutetun yhteinen kannanotto. 2010.

Määttä, K. 2007. Kuluttajansuojalainsäädäntö pienyritysten toiminnassa. Asiantuntija-artikkeli. Defensor Legis 2007/4. Edilex-lakikirjasto.

Näränen, M. Yrittäjäksi hiusalalle-opas. 2012.

Pirkanmaan Hiusyrittäjät ry. 2016. Tampere. Luettu 27.10.2016. <http://www.pirkanmaanhiusyrittajat.fi>

Sopimattomat kaupalliset menettelyt. Työryhmämietintö 2007:11. 2007. Oikeusministeriö

Suomen Hiusyrittäjät ry. 2016. Luettu 27.10.2016. <http://www.hiusyrittajat.fi>

Tasa-arvovaltuutetun ohjeistus. Syrjintä hinnoittelussa ja tavaroiden ja palveluiden saatavuudessa. 2016. Tasa-arvovaltuutettu.

TE-keskus. TE-palvelujen ammattinimikkeet ja -kuvaukset. 2016. KEHA-keskus, Toiminnan kehittämissyksikkö.

The history of hair. Luettu 8.8.2016. <http://www.hairdresser-directory.co.uk>

Tilastokeskus. Toimipaikat toimialoittain 2013-2014. Tilastokeskuksen Px-Web-tietokannat. Tilastokeskus. http://www.pxnet2.stat.fi/pxweb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_yri_alyr/002_alyr_tau_020.px/?rxid=3d68b087-d02d-42d5-bd7f-143f7f825285

Valtioneuvoston asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa (553/2013)

Valvonta. 2013. Aluehallintovirasto. Luettu 30.10.2016. <http://www.avi.fi/web/avi/valvonta>

Verohallinto. Kirjanpito, tilikausi ja verovuosi. Päivitetty 29.4.2016. Luettu 17.10.2016. [http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Veroilmoitus/Kirjanpito_tilikausi_ja_verovuosi\(9362\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Liikkeen_ja_ammattinharjoittaja/Veroilmoitus/Kirjanpito_tilikausi_ja_verovuosi(9362))

Villa, S., Airaksinen, M., Bärlund, J., Jauhiainen, J., Kaisanlahti, T., Knuts, M., Kuoppamäki, P., Kymäläinen, S., Mähönen, J., Pihlajarinne, T., Raitio, J., Rissanen, K., Viitanen, K., Wilhelmsson, T. 2004. Yritysoikeus. Helsinki: Talentum Media Oy (kirjassa ei sivunumerointia)

Yhdenvertaisuus- ja tasa-arvolautakunta 1.1.2015 alkaen. Tiedote. Julkaistu 18.1.2016. Luettu 29.10.2016. <http://www.yvtltk.fi/fi/index.html>

Yle Uutiset. 8 eurolla tukka kuntoon – hintakilpailu jyllää myös hiusalalla. Julkaistu 13.10.2016. Luettu 30.10.2016. <http://www.yle.fi/uutiset/3-9218418>

